

Weder die Autoren/innen, noch die Fachschaft übernehmen irgendwelche Verantwortung für den Inhalt dieses Skriptes.

Korrekturen und Verbesserungsvorschläge bitte an fs-psycho@uni-koeln.de mailen, oder in den FS-Briefkasten werfen.

Die Skripten sollen nicht die Lektüre der Prüfungsliteratur ersetzen.

*Die Fachschaft dankt den VerfasserInnen für die Erstellung des Skriptes!*

UNIVERSITÄT ZU KÖLN  
Psychologisches Institut

# Schöne Frau sucht reichen Mann! ?

Bericht zum Empiriepraktikum  
Sommersemester 1997

Leitung: Dipl.-Psychologin M. Schreier

vorgelegt von

**Marianne Bauer**  
**Bodo Laux**  
**Anna-Maria Sauter**  
**Roswitha Schütte**  
**Hannelore Wiesinger**

## Inhalt

<b>1. EINLEITUNG</b>	<b>4</b>
<b>2. THEORETISCHER UND EMPIRISCHER HINTERGRUND</b>	<b>5</b>
2.1 THEORETISCHE GRUNDLAGEN	5
2.2 EMPIRISCHE BEFUNDE	6
<b>3. VERSUCHSPLANUNG</b>	<b>9</b>
3.1 THEORETISCH-INHALTLICHE UND EMPIRISCH-INHALTLICHE HYPOTHESEN	9
3.2 VARIABLEN UND VERSUCHSPLAN	9
3.3 STATISTISCHE HYPOTHESEN	10
<b>4. DAS KATEGORIENSYSTEM</b>	<b>11</b>
4.1 FESTLEGUNG DER ANALYSEEINHEITEN	11
4.2 KATEGORIENERSTELLUNG	11
4.3 DAS KATEGORIENSYSTEM	12
4.4 KATEGORIENEXPLIKATION	14
<b>5. DURCHFÜHRUNG DER UNTERSUCHUNG</b>	<b>23</b>
5.1 PROBECODIERUNG UND BERECHNUNG DER KODIERERINNENÜBEREINSTIMMUNG	23
5.2 ÜBERARBEITUNG DES KATEGORIENSYSTEMS	24
5.3 HAUPTUNTERSUCHUNG	25
<b>6. AUSWERTUNG UND DISKUSSION</b>	<b>26</b>
6.1 DARSTELLUNG DER KATEGORIENBESETZUNG	26
6.2 STATISTISCHE ÜBERPRÜFUNG DER HYPOTHESEN	28
6.3 ERGEBNISSE UND INTERPRETATION	29
6.4 KRITIK UND WEITERE ÜBERLEGUNGEN	32

**7. LITERATURVERZEICHNIS****34**

---

**8. ANHANG****34**

---

## 1. Einleitung

Männer und Frauen begegnen Mitgliedern des anderen Geschlechts, Heterosexualität vorausgesetzt, niemals gleichermaßen. Es findet immer eine Bevorzugung statt, da einige gegenüber anderen schon allein deswegen im Vorteil sind, weil sie dem gängigen Schönheitsideal entsprechen, d.h. sie vereinen die konsensuell am meisten gewünschten Persönlichkeits- und Attraktivitätsmerkmale in ihrer Person. Obwohl für ca. 90 Prozent (Buss 1986) der Bevölkerung die Auswahl des Sexual-/Lebenspartners eine entscheidende Rolle spielt, ist überraschend wenig darüber bekannt, welche charakteristischen Merkmale Männer und Frauen jeweils bei potentiellen PartnerInnen am meisten wünschen.

Zahlreiche Untersuchungen haben die Bedeutung vor allem der physischen Attraktivität bei der PartnerInnenwahl herausgearbeitet. Diesem empirisch abgesicherten Sachverhalt stehen jedoch Beobachtungen gegenüber, daß Personen es als oberflächlich ansehen, Mitmenschen allein aufgrund ihres Äußeren zu beurteilen. Es wird in diesem Fall vermutet, daß diese Ergebnisse das Resultat der Reaktivität der Untersuchungssituation darstellen. Somit bietet die Analyse von Kontaktanzeigen eine Möglichkeit, z.B. die Bedeutung der physischen Attraktivität für die Partnerwahl zu untersuchen (Hassebrauck 1990).

Mittels der Inhaltsanalyse, "... ein methodisches Verfahren zur Festlegung der in Texten enthaltenen Aussage oder Bedeutung ..." (Rustemeyer 1992, 2) untersuchen wir im Rahmen des Empiriepraktikums Kontaktanzeigen. Dabei gehen wir der Frage nach, ob sich die Kriterien bei der PartnerInnensuche seit dem Erscheinen der ersten Heiratsannoncen vor 300 Jahren - die ersten Heiratsinserate wurden am 19.7.1695 in England veröffentlicht; die erste deutsche erschien am 8.7.1738 (Kaupp 1968, 9) - bis heute bezüglich der männlichen und weiblichen Angebote und Wünsche in Qualität und Quantität geändert haben.

Anhand der Ergebnisse bekommen wir Aufschluß über bestehende Normen und Leitbilder und nähern uns ein wenig der "...Beantwortung der Frage, ob angesichts der fortschreitenden Gleichstellung der Geschlechter noch geschlechtsspezifische 'Rollenerwartungen' (...) bestehen, auf welche Kriterien sich diese Erwartungen erstrecken, ob Männer und Frauen sich gegebenenfalls über deren gegenseitige Differenzierung einig sind" (Kaupp 1968, 2), ob sich diesbezüglich Männer und Frauen in ihrem Angebot und ihrer Nachfrage entsprechen und ob

sich durch die Emanzipationsbewegung der letzten Jahre gravierende Veränderungen ergeben haben.

## 2. Theoretischer und empirischer Hintergrund

### 2.1 Theoretische Grundlagen

In unserer Untersuchung beschäftigten wir uns mit Kontaktanzeigen, da sie ein wichtiges Hilfsmittel sind, um die Vorstellungen und Wünsche von PartnerInnensuchenden aufzuzeigen. Dabei sind die zur eigenen und zur gesuchten Person gemachten Angaben die subjektiv wichtigsten und zugkräftigsten (Hassebrauck 1990, 102; Kaupp 1968, 2).

Welche Aspekte wichtig und zugkräftig sind, liegt dabei nicht nur bei den einzelnen InserentInnen. Die Kriterien "werden einmal von 'langfristig' wirksamen traditionellen Vorstellungen geprägt, die vor allem bezüglich des 'Rollenspiels' der Geschlechter recht deutliche Leitbilder entwickelt haben" (Kaupp 1968, 2). Durch kurzfristig wirksame 'Marktwerte' - das was in ist - werden diese Kriterien ergänzt bzw. abgelöst. Inserierende sind bemüht von sich eine positive Darstellung zu geben, richten sich allerdings auch nach den "von der Gesellschaft gesetzten Wertmaßstäben" (Kaupp 1968, 2).

Frauen und Männer werden aber an unterschiedlichen Werten, Normen und Regeln gemessen, d.h. die Geschlechtszugehörigkeit wird zu sozialen Kategorie. "Die Kategorisierung führt dazu, daß die Unterschiede innerhalb von Kategorien unter- und die zwischen den Kategorien überschätzt werden. Menschen innerhalb einer Kategorie werden somit als ähnlich, Menschen verschiedener Kategorien als unähnlich angesehen" (Alfermann 1996, 10). Die Geschlechterkategorie erhält dann eine herausragende Bedeutung, wenn "bestimmte Erwartungen aktiviert werden, die als Stereotype im Sinne von Wahrscheinlichkeitsannahmen wirken und als Rollenerwartungen normativen Charakter tragen" (Alfermann 1996, 7).

"Männer sind aggressiv, aktiv, ehrgeizig, entschlossen, ergreifen die Initiative, klar und logisch denkend, rational, stark und tatkräftig, ... Frauen hingegen sind abhängig, attraktiv, charmant, feminin, schwach, ..." (Alfermann 1996, 16f).

Das männliche Stereotyp entspricht der instrumentellen, das weibliche der expressiven Rolle. Der Mann als Ernährer der Familie ist für die Außenbeziehungen und die berufliche Rolle

vorgesehen. Die Frau ist für die familiären Angelegenheiten und die Innenbeziehungen zuständig (Alfermann 1996, 21).

Vergleicht man Kontaktanzeigen seit ihrem erstmaligen Erscheinen bis heute, so stellt man fest, daß stereotype Redewendungen der jeweiligen Zeit bei Männern und Frauen sowohl in ihrer Selbstbeschreibung als auch in ihrem PartnerInnenesuch eine wichtige Rolle spielen.

In diesem Jahrhundert hatten insbesondere die wirtschaftlichen und materiellen Kriterien bei der Selbstdarstellung der Männer und dem Partnerwunsch der Frauen große Bedeutung. Männer hingegen suchten gutaussehende Frauen und Frauen boten entsprechendes an. Kurz gesagt: Biete materielle Sicherheit gegen körperliche Attraktivität.

Im Zuge der fortschreitenden Emanzipation sind jedoch immer mehr Frauen berufstätig und erreichen somit einen Status wirtschaftlicher Unabhängigkeit. Dies legt die Vermutung nahe, daß “die von männlicher Seite gebotene materielle Sicherheit” (Kaupp 1968, 84) für Frauen heute nicht mehr so wichtig, so attraktiv ist.

## 2.2 Empirische Befunde

In einer groß angelegten Studie haben David M. Buss und Michael Barnes (1986) die Präferenzen bei der menschlichen PartnerInnenwahl untersucht. In einer 2. Studie konnten sie die gefundenen Ergebnisse replizieren.

Die vorliegenden Studien wurden konzipiert, um empirisch drei Ebenen zu untersuchen, auf denen PartnerInnen-Präferenzen analysiert werden können.

- a) Was sind die Hauptdimensionen, aufgrund derer die PartnerInnen-Auswahlen differieren?
- b) Welches sind die am höchsten bewerteten Merkmale der potentiellen PartnerInnen?
- c) Wie unterscheiden sich Frauen und Männer bezüglich ihrer Auswahl-Präferenzen?

An der ersten Studie nahmen 92 verheiratete Paare im Alter zwischen 18 und 40 Jahren teil.

Zu Beginn wurden mit einer ganzen Serie von Fragebögen die unterschiedlichsten Daten der einzelnen TeilnehmerInnen erhoben. So u.a. mit dem *Confidential Biographical Questionnaire* biographische Daten, wie Größe, Alter, Gewicht, Konsumgewohnheiten oder gegenwärtige Zufriedenheit mit der Ehe. Mittels des *Marital Preference Questionnaire* wurde eine breite Vielfalt von Merkmalen aufgestellt, die bei einem/r potentiellen PartnerIn gewünscht werden könnten. Vier Daten-Ressourcen (Selbst-Einschätzungen, PartnerInnen-Beobachtungsberichte,

ein Vokabeltest und InterviewerInnen-Ratings) dienten dann letztlich als Grundlage, um die verschiedenen Merkmale jedes/r Teilnehmers/in und seiner/ihres Ehepartners/in zu ermitteln.

Für diese Stichprobe waren die am höchsten bewerteten Merkmale: ist ein guter Kamerad, rücksichtsvoll, ehrlich, liebevoll, zuverlässig, intelligent, freundlich, verständnisvoll, man kann sich gut mit ihr/ihm unterhalten, loyal.

Weniger erwünscht hingegen war: wünscht sich eine große Familie, dominant, agnostisch in religiösen Angelegenheiten, Nachteile, Frühaufsteher, groß und reich.

Um Geschlechterunterschiede zu ermitteln wurden t-Tests durchgeführt. Dabei zeigte sich, daß, in Relation zu den Männern, die Frauen in dieser Stichprobe dazu tendierten, folgende Merkmale bei ihren Männern zu schätzen: ehrlich, zuverlässig, freundlich, verständnisvoll, kinderlieb, gut angesehen bei anderen, guter Verdienst, ehrgeizig, Karriere-orientiert, guter familiärer background und groß (alle  $p < .01$ , zweiseitig).

Im Gegensatz dazu präferierten die Männer: physische Attraktivität, gutes Aussehen, gute Köchin und bescheiden (alle  $p < .01$ ).

Um die Hauptdimensionen, unter denen Präferenzen bei der PartnerInnenwahl differieren, zu ermitteln, wurde eine Faktorenanalyse durchgeführt. Vier von den neun interpretierbaren Faktoren zeigten signifikante Geschlechterunterschiede.

In der 2. Studie wurden die Geschlechterunterschiede und der konsensuelle Anspruch von PartnerInnen-Präferenzen, die in Studie 1 gefunden wurden, repliziert, mit einer anderen Methode und Stichprobe. Folgende Merkmale gingen in diese Untersuchung ein: als erstes die Ergebnisse aus der Faktorenanalyse der ersten Studie, hierbei insbesondere die am höchsten ladenden Items der Faktoren; sowie Intelligenz und Kreativität aufgrund ihrer konzeptuellen Besonderheit; schließlich noch hohe Verdienstmöglichkeit und physische Attraktivität aufgrund ihrer großen Geschlechterunterschiede in der ersten Studie.

Es wurde als besonders wichtig erachtet, ob sich die Geschlechterunterschiede aus der ersten Studie würden replizieren lassen. Die TeilnehmerInnen der ersten Studie waren verheiratete Paare, die evtl. noch manifeste traditionelle Werte bei der PartnerInnenwahl verinnerlicht hatten. Deshalb wurden für die zweite Studie unverheiratete TeilnehmerInnen ausgewählt, da von ihnen weniger erwartet wurde, daß sie nach traditionellen Werten bei der PartnerInnenwahl vorgehen würden. Die zweite Stichprobe bestand aus 50 männlichen und 50 weiblichen StudentInnen im Alter zwischen 18 und 23 Jahren.

Einerseits wurden die TeilnehmerInnen gebeten in freier Form zehn der ihnen am wünschenswertesten erscheinenden Eigenschaften aufzulisten und andererseits bereits vorgegebene Items in eine Rangfolge zu bringen.

Obwohl beide Studien nicht direkt vergleichbar sind, sollen dennoch ein paar Gegenüberstellungen der Ergebnisse angeführt werden:

- 'Freundlich und verständnisvoll sollte der Partner sein', in Studie 1 unter den ersten zehn; in Studie 2 auf dem ersten Platz.
- 'Sozial aufregende Persönlichkeit', rangierte in der zweiten Studie an zweiter Stelle, lag in der ersten nicht einmal unter den ersten 50 Prozent.
- 'Physische Attraktivität' wird von Männern höher bewertet als von Frauen ( $p < .0001$ )
- 'gute Verdienstmöglichkeiten' ( $p < .0001$ ) und 'akademische Bildung' ( $p < .004$ ) wurden von den Frauen bevorzugt. Alle diese Geschlechterunterschiede wurden auch in der ersten Studie gefunden, ein Hinweis auf die Robustheit und Allgemeingültigkeit dieser verschiedenen PartnerInnen-Präferenzen. Es wurden also drei replizierte Geschlechterunterschiede gefunden: Männer präferieren bei weiblichen PartnerInnen deren physische Attraktivität, Frauen bei ihren männlichen Partnern gute Verdienstmöglichkeiten und akademische Bildung.

Ein gänzlich anderes, nonreaktives Verfahren, nämlich die inhaltsanalytische Untersuchung von Heirats- bzw. Bekanntschaftsanzeigen, wendete Hassebrauck in seiner Untersuchung an. Er verfolgte u.a. die Frage nach der Bedeutung der physischen Attraktivität bei der PartnerInnenwahl um dabei ggfs. Geschlechter- oder Altersunterschiede zu finden, sowie die Frage, welche Merkmale oder Attribute als 'Gegenleistung' für Aussehen erwartet oder geboten werden.

Dabei wurden 378 Heirats- und Bekanntschaftsanzeigen, die von weiblichen und männlichen InserentInnen im Alter zwischen 20 bis 50 Jahren aufgegeben wurden, ausgewertet. Die Anzeigen stammten aus Wochenendausgaben von zwei Tageszeitungen und einem Blatt, das ausschließlich aus Kleinanzeigen besteht.

Die Untersuchung ergab, daß bei der Selbstbeschreibung das eigene Aussehen an erster Stelle steht - dabei wurden *keine* Geschlechterunterschiede gefunden. Das Aussehen des/r Partners/in wurde bei nur 33 Prozent der InserentInnen direkt erwähnt. Bei den Wünschen der Frauen an den prospektiven Partner steht es an achter Stelle, bei den Wünschen der Männer bezüglich der zukünftigen Partnerin an dritter Stelle.

Insgesamt wurden in dieser Analyse zwei signifikante Geschlechterunterschiede festgestellt: Männer nennen mehr Bildungs- und Statusmerkmale als Frauen ( $p < .001$ ) und Frauen wünschen diese Merkmale mehr als Männer ( $p < .001$ ).

Ergo: Schöne Frau sucht reichen Mann - ein Tauschgeschäft - physische Attraktivität gegen soziale Sicherheit und Status? Auf dem Hintergrund all dieser empirischen Befunde stellt sich für uns nun die Frage: Ist das heute immer noch so?

### 3. Versuchsplanung

#### 3.1 theoretisch-inhaltliche und empirisch-inhaltliche Hypothesen

Unsere Arbeitsgruppe versuchte mit einer inhaltsanalytischen Untersuchung der Frage nachzugehen, ob sich die größere wirtschaftliche Unabhängigkeit moderner Frauen auf das Verhältnis zwischen den Geschlechtern auswirkt - eben konkretisiert in Kontaktanzeigen. Mit anderen Worten, wenn die eine Komponente der sich wechselseitig ergänzenden Wünsche und Angebote, hier die wirtschaftliche Versorgung der Frau, zunehmend an Bedeutung verliert, wie verändern sich dann die Wünsche und Angebote von Männern und Frauen in Kontaktanzeigen? Wir vermuten:

1. Wirtschaftliche Versorgung als Wunsch der Frauen und Angebot der Männer verliert im Vergleich zu bisherigen empirischen Befunden an Bedeutung.
  2. Entsprechend verändert sich die Gewichtung weiblicher Attraktivität, die traditionell von Frauen geboten und von Männern gewünscht wurde, weil die Attraktivität der Frauen nicht mehr im Sinne eines Tauschobjektes gegen wirtschaftliche Versorgung benötigt wird.
  3. Wenn die wirtschaftliche Versorgung der Frauen an Bedeutung verliert, welche zentralen Wünsche richten dann die Frauen an die Männer? Und umgekehrt: Wie verändern sich die Angebote der Männer an die Frauen?
- Wir nehmen an, daß Frauen, indem sie nun beruflich 'ihre Frau stehen' und teilweise durch Beruf und Kindererziehung doppelt belastet sind, sich emotionalen Ausgleich von Männern wünschen. Dieser Fragestellung soll im Sinne einer Erkundungsstudie nachgegangen werden.

#### 3.2 Variablen und Versuchsplan

Da es sich um die Erfassung eines von uns vermuteten neuen Trends handelt, und nicht um einen breit angelegten Querschnitt, wählten wir als Stichprobe Kontaktanzeigen aus großstädtischen

Szene-Zeitschriften hinsichtlich der von Frauen und Männern geäußerten Wünsche und Angebote an den/die gegengeschlechtliche(n) PartnerIn.

Um insbesondere die jüngere Generation, die unter dem Einfluß der Emanzipationsbewegung aufgewachsen ist, gezielter zu erfassen, wurden nur Anzeigen von Frauen und Männern im Alter von 20 bis 35 Jahren in die Auswertung einbezogen.

Die Annoncen wurden Ausgaben der "Kölner Stadtrevue", der "Kölner Illustrierten" und des "Prinz", Düsseldorf entnommen.

Als Variablen für unsere Untersuchung ergaben sich somit jeweils die Angebote/Wünsche der Frauen und die Angebote/Wünsche der Männer an den/die prospektive(n) PartnerIn.

		Faktor B		
Faktor A	Geschlecht	Angebot	Wunsch	Summe
	weiblich			
	männlich			
	Summe			Summe

### 3.3 Statistische Hypothesen

Aus verfahrenstechnischen Gründen wurde die statistische Vorhersage so formuliert, daß unsere eigentliche Arbeitshypothese sich in der  $H_0$  wiederfindet und nicht, wie sonst üblich, in der  $H_1$ .

Bezogen auf den Versuchsplan, ergaben sich zwei Hypothesen, die statistisch zu überprüfen sind.

1. Bei der Beschreibung des Aussehens in den ausgewählten Kontaktanzeigen gibt es einen signifikanten Zusammenhang zwischen der Geschlechtszugehörigkeit und der Tatsache, ob das Äußere als Wunsch oder als Angebot erwähnt wird.

2. Ebenso gibt es einen signifikanten Zusammenhang zwischen Geschlecht und Erwähnungsform (als Wunsch vs. als Angebot) bei der Beschreibung des Status in den selben Kontaktanzeigen.

Testhypothese

$H_0 = A, B$  unabhängig

Alternativhypothese

$H_1 = A, B$  abhängig

## 4. Das Kategoriensystem

Als weitere Schritte der Operationalisierung nach der Bestimmung der Variablen, folgte nun Festlegung der Analyseeinheiten und die Aufstellung des Kategoriensystems.

### 4.1 Festlegung der Analyseeinheiten

Aufgrund unseres Zieles nach möglichst erschöpfender Kategorisierung, wurden die Inserate in relativ kleine und bedeutungstragende Kodier-Einheiten zerlegt. Als bedeutungstragend wird ein Wort (nett, attraktiv, intelligent) bzw. ein zusammenhängender Ausdruck, der sich, ohne seine Bedeutung zu verändern, nicht aufgliedern läßt, (z.B. 'für gute und für schlechte Zeiten') betrachtet. Füllwörter wie 'und', 'etc.' und allgemeine, wiederkehrende Einleitungs- bzw. Überleitungsfloskeln ('auf der Suche nach einem Mann' usw.) wurden nicht berücksichtigt.

### 4.2 Kategorienerstellung

Ein bereits bewährtes Kategoriensystem aus einer vergleichbaren Untersuchung stand nicht zur Verfügung, was die Entwicklung eines eigenen erforderlich machte.

Die Kategorienerstellung erfolgte sowohl deduktiv als auch induktiv. Einerseits wurden, hierbei handelte es sich hauptsächlich um die später als Oberkategorien verwendeten Aspekte, Kategorien aus der vorliegenden empirischen Untersuchung "Wer sucht wen?" von M. Hassebrauck übernommen. Andererseits, diesmal ging es vorrangig um die Definierung möglichst präziser und untersuchungsrelevanter Unterkategorien, wurden die Anzeigen der April Ausgaben der von uns ausgewählten Zeitschriften nach inhaltlichen Themen aufgesplittet und diese anschließend mit Oberbegriffen versehen.

Der beträchtliche Umfang von allein schon zwölf Oberkategorien, von denen einige noch mit einer Anzahl Unterkategorien versehen wurden, wurde von uns zugunsten der Möglichkeit dadurch sowohl die aufgestellten Hypothesen als auch weiterführende Fragestellungen genauer auswerten zu können, in Kauf genommen.

Das Vorkommen einer ganzen Reihe Wörter bzw. Sätze ohne präzise inhaltliche Aussagekraft, machte das Erstellen einer hierfür vorgesehenen Kategorie, von uns mit 'Leerformeln' bezeichnet, notwendig, da die Restkategorien einzelner Oberkategorien ansonsten einen zu großen Umfang erreicht hätten.

### 4.3 Das Kategoriensystem

Das nachfolgende Kategoriensystem entspricht der endgültigen, nach dem Probelauf überarbeiteten Fassung.

## Das Kategoriensystem

### **1. sachlich-persönliche Angaben**

- 1.1 Alter
- 1.2 Körpermaße
- 1.3 Kinder
- 1.4 Herkunftsbezeichnungen
- 1.5 Sonstiges

### **2. Status**

- 2.1 Berufsbezeichnungen
- 2.2 Bildung
- 2.3 Berufliche Orientierung
- 2.4 Wirtschaftliche Verhältnisse
- 2.5 Negative Angaben
- 2.6 Sonstiges

### **3. Aussehen**

- 3.1 Positives Äußeres
- 3.2 Negatives Äußeres
- 3.3 Neutrale Angaben zum Aussehen
- 3.4 Sonstiges

### **4. Geschlechtsspezifizierungen**

- 4.1 Übliche Geschlechtsspezifizierungen
- 4.2 Gegenläufige Geschlechtsspezifizierungen

### **5. Persönlichkeitsmerkmale**

- 5.1 Intelligenz und besondere Begabung
- 5.2 Selbstbehauptung und Realitätssinn
- 5.3 Offenheit und Kreativität
- 5.4 Introvertiertheit
- 5.5 Sinnlichkeit und Gefühle
- 5.6 Optimistische Lebenseinstellung und Humor
- 5.7 Beziehungsbereitschaft und -fähigkeit
- 5.8 Ausstrahlung
- 5.9 Negative Eigenschaften
- 5.10 Sonstiges

### **6. Beziehungsgestaltung**

- 6.1 Sex und Erotik
- 6.2 Emotionaler Austausch und Partnerschaft
- 6.3 Kinder
- 6.4 Freundschaft und gemeinsame Freizeitgestaltung
- 6.5 Sonstiges

### **7. Interessen und Freizeitgestaltung**

### **8. Passung**

- 8.1 Gleichheit, Ähnlichkeit
- 8.2 Gegenteil, Unterschiedlichkeit

### **9. Nicht-Vorhandenes und Nicht-Erwünschtes**

### **10. Unvollkommenheiten, Einschränkungen, Entschuldigungen**

### **11. Leerformeln**

## 12. Sonstiges

### 4.4 Kategorienexplikation

Gemäß der Methode der qualitativen Inhaltsanalyse, in der Form wie sie von Rustemeyer (1992) vorgeschlagen wird, wurden die Ober- und Unterkategorien expliziert. Um die Wahrscheinlichkeit von Rater-Abweichungen aufgrund unterschiedlichen Kategorienverständnisses zu minimieren, sollten insbesondere die explikativen Definitionen der Unterkategorien möglichst präzise sein. Diese wurden zur Illustration mit ausgewählten Beispielen aus den Inseraten, die zur Kategoriererstellung dienten, versehen.

#### **1. sachlich-persönliche Angaben**

Sachlich-persönliche Angaben sind objektive oder quasi-objektive Daten, wie Alter, Maße, Kinder und Herkunft.

##### 1.1 Alter

In diese Kategorie fallen alle Angaben, die sich auf das von den InserentInnen gewünschte Alter des/der gesuchten Partners/in beziehen. Es ist hierbei nicht von Interesse, welches Alter gefragt wird, sondern ob generell eine Einschränkung durch eine Altersangabe vorhanden ist. In der Angabe muß mindestens eine Zahl enthalten sein, so daß allgemeine Angaben über einen jüngeren/älteren Partner nicht darunter fallen. Die Angabe kann aber so gestaltet sein, daß sie z.B. eine Alterseingrenzung enthält. Die Worte "Jahr" oder "Alter/alt" müssen nicht zwangsläufig genannt sein, wenn aus der Formulierung hervorgeht, daß es sich hierbei um Angaben zum Alter handelt.

*Beispiele: ab 35 J.; Mann ab 30; zwischen 30 und 40; nicht unter 20*

##### 1.2 Körpermaße

Zu den Körpermaßen gehören in dieser Unterkategorie nur sachliche Angaben über das Körpergewicht und die Körpergröße. Diese Angaben müssen in Form von Zahlen vorliegen, aber nicht unbedingt mit cm/m oder kg Angaben versehen sein, wenn aus den Zahlen hervorgeht, daß sie sich auf die o.g. Maße beziehen. Auch hierbei ist die Höhe der Zahl nicht das entscheidende, sondern ob generell Angaben/Vorstellungen des/der Inserenten/in zu diesen Körpermaßen vorliegen.

*Beispiele: 174; 1,60 m groß; über 1,90; 55 kg; jenseits der 1,70; 170/60*

##### 1.3 Kinder

Genau und möglichst sachliche Angaben darüber, daß von der/dem Inserentin/en ein/mehrere Kind/er mit in die Beziehung gebracht werden. Die Angaben müssen nicht notwendig das Alter oder Geschlecht des Kindes enthalten. Allgemeine Angaben über einen Kinderwunsch oder Akzeptanz gegenüber einer Beziehung mit Kind gehören nicht in diese Kategorie.

*Beispiele: 11jg Tochter; und m, 9; mit Kind; nicht ohne meine Tochter*

##### 1.4 Herkunftsbezeichnungen

Zu dieser Kategorie gehören Angaben des/der Inserenten/in über seine/ihre Herkunft oder die der/des gesuchten Partners/in. Diese Bezeichnungen können von unterschiedlicher Genauigkeit sein, von der Stadt über Bundesland, Land bis Kontinent kann die Herkunft angegeben sein. Da

es hierbei darauf ankommt zu erfassen, daß Personen sich auch durch ihre Herkunft definieren, gelten auch Angaben, welche aufzeigen, was/woher die Person nicht ist.

*Beispiele: Norddeutsche; Südländerin; Bonner; aus Afrika; kein Düsseldorfer; neu in Köln; Türkin; deutsche Frau*

### 1.5 Sonstiges

Hierzu gehören Angaben zur Person, die zwar sachlich, für die Untersuchung aber inhaltlich nicht von Bedeutung sind oder den anderen Unterkategorien nicht zugeordnet werden können.

*Beispiele: Junggeselle; gebunden; Nichtraucher; Linkshänder; katholisch; hetero*

## **2. Status**

Alle Formulierungen, die dem Ziel dienen können, den Status einer Person zu definieren, werden hier erfaßt. Dies kann sich auf das Bildungsniveau, den Beruf oder die wirtschaftlichen Verhältnisse einer Person beziehen.

### 2.1 Berufsbezeichnungen

In diese Kategorie gehören wertfreie Angaben des Inserenten/der Inserentin über seinen/ihren Beruf. Die angegebene Bezeichnung muß eindeutig ausdrücken, welcher Tätigkeit die Person nachgeht. Auch wenn durch die Nennung eines vielleicht angesehenen und allgemein als hoch dotiert bekannten Berufs noch andere Dinge impliziert werden können, sollen in dieser Kategorie alle Personen erfaßt werden, die sich generell über ihre Berufsbezeichnungen auch beschreiben.

*Beispiele: Juristin; Ärztin; Stewardess; Yogalehrer; Musiker; Unternehmensberater; Privatdetektiv*

### 2.2 Bildung

Hierzu gehören alle Formulierungen über das Bildungsniveau. Dies kann sowohl in Form des derzeitigen Ausbildungsstandes erfolgen oder auch durch Erwähnen einer bereits abgeschlossenen Bildung. Als Ausdruck gelten allgemeinere Bildungsangaben, aber auch die Nennung erworbener Titel. Nicht in diese Kategorie gehören unspezifische Merkmale über die allgemeine Intelligenz einer Person, wie z.B. gebildet, intelligent, was unter 5.1 zu kodieren ist.

*Beispiele: mit Uni-Abschluß; angehender Jurist; Akademiker; Student; Dipl.Päd.; promoviert; studiert*

### 2.3 berufliche Orientierung

Diese Kategorie erfaßt Angaben über starkes berufliches Engagement. Die Aussagen sind eher unspezifisch, beinhalten keine Nennung eines Berufs, sondern drücken aus, daß die Person am Berufsleben starkes Interesse hat. Ebenso gehört in diese Kategorie, wenn die Person nur die Branche benennt, in der sie arbeitet, wie z.B. "in der Immobilienbranche tätig", da dies keine eindeutige Berufsbezeichnung ist, somit nicht zu 2.1 gehört, aber zeigt, daß der Person der Beruf wichtig ist.

*Beispiele: Jungunternehmer; Karrierefrau; mit interessantem Beruf; beruflich engagiert; erfolgreich; mit gutem Job; beruflich selbständig*

### 2.4 wirtschaftliche Verhältnisse

Alle Formulierungen, die zeigen, daß eindeutiges Interesse an Geld und Wohlstand besteht. Dies kann sehr direkt beschrieben oder auch durch Statussymbole, durch die indirekt auf Vermögen geschlossen werden kann, ausgedrückt sein.

*Beispiele: wohlhabend; Millionär; mit Vermögen; gut Verdienender; Porschefahrer; adelig*

### 2.5 negative Angaben

In diese Kategorie gehören alle Angaben, die nach gängiger Meinung auf niedrigen Status schließen lassen. Dies kann sich sowohl auf Bildung, Beruf oder Geld beziehen, es wird aber klar ausgedrückt, daß diese Dinge entweder nicht vorhanden oder aber auch nicht wichtig sind.

*Beispiele: habe mein Studium nur mittelmäßig geschafft; Porsche kann ich nicht bieten; ewig pleite*

## 2.6 Sonstiges

Hierzu gehören Angaben, die zwar eindeutig auf den Status einer Person beziehen, aber den o.g. Kategorien nicht zugeordnet werden können.

## **3. Aussehen**

Die hier zugehörigen Angaben beziehen sich auf die äußere Erscheinung einer Person. Die Angaben müssen einen direkten Bezug zum Aussehen haben und sich nicht auf Charakter oder Ausstrahlung beziehen, da dies als Persönlichkeitsmerkmale definiert wird.

### 3.1 positives Äußeres

Zu dieser Kategorie gehören alle Angaben, die darauf schließen lassen, daß eine positive äußere Erscheinung wichtig ist. Die Formulierungen zu gutem Aussehen können sehr unspezifisch sein oder sich auf spezielle Gebiete, wie etwa Figur oder Jugend, beziehen, wenn dadurch ein Zusammenhang mit dem gängigen Schönheitsbild hergestellt wird. Wichtig ist hier, daß allein durch die Erwähnung von gefragtem und positiven Aussehen verdeutlicht wird, daß dies für die Partnerwahl eine Rolle spielt. Die Worte müssen sich eindeutig auf das Aussehen beziehen und nicht auf Persönlichkeitsmerkmale, wie etwa positive Ausstrahlung oder Auftreten, was in Kategorie 5.8 erfaßt wird.

*Beispiele: schön; gut aussehend; attraktiv; hübsch; mit vorzeigbarem Äußeren; schlank; sportlich durchtrainiert; bauchlos; jungaussehend; angenehme Erscheinung*

### 3.2 negatives Äußeres

Formulierungen hierzu beinhalten, daß dem derzeitigen Schönheitsideal nicht ganz entsprochen wird, es nicht gefragt oder unwichtig ist. Dies kann entweder direkt ausgedrückt sein, oder auch durch freundlich kaschierende Angaben zu eventuell negativ beurteiltem Äußeren geschehen.

*Beispiele: übergewichtig; Aussehen ist relativ; vollschlank; mollig (nicht dick); apartes, kräftiges Weib; keine Claudia Schiffer; nicht das Idealbild eines Mannes; figurmäßig eher ein Veronika-Ferres-Typ*

### 3.3 neutrale Angaben zum Aussehen

Dies sind wertfreie Angaben, wie etwa Augen- oder Haarfarbe oder -länge, die das Aussehen der Person beschreiben. Auch wenn vielleicht durch die Angaben, wie z.B. blond und blauäugig, ein besonders gefragter Typ beschrieben wird, gehören solche Angaben in diese Kategorie.

*Beispiele: langhaarig; bartlos; rote Haare; grüne Augen; dunkeläugig; dunkler Typ*

### 3.4 Sonstiges

In diese Restkategorie gehören Angaben, die sich zwar auf das Aussehen beziehen, aber hinsichtlich der Wertung nicht zu interpretieren sind. So können z.B. Vergleiche mit berühmten Personen, Filmfiguren oder Kleidungsstilen gezogen werden, die aber keine Aussage zur Wichtigkeit der äußeren Erscheinung enthalten. Auch Angaben, die zwar klar einen bestimmten Typ abbilden, wie z.B. zart oder groß, dessen Bewertung aber sehr subjektiv ist, gehören in diese Kategorie.

*Beispiele: Typ wie Daniel Day Lewis; 501 tragender; Jeans-Boy; Typ Frisöse*

#### **4. Geschlechtsspezifizierungen**

Zu Geschlechtsspezifizierungen gehören Angaben, die auf eine gewünschte oder angestrebte Verteilung der Rollen aufgrund des gegebenen Geschlechts beziehen.

##### 4.1 übliche Geschlechtsspezifizierungen

In diese Kategorie sind alle Angaben einzuordnen, in denen explizit darauf hingewiesen wird, daß auf eine geschlechtsspezifische Rollenverteilung Wert gelegt wird. Es geht nicht darum, ob die Person seinesgleichen oder einen konträren Charakter oder Beziehung sucht, sondern es handelt sich um Aussagen, die betonen, daß der Mann besonders männlich, und die Frau besonders fraulich zu sein hat.

*Beispiele: Ausstrahlung muß maskulin wirken; Vollmann; ein richtiges Weib*

##### 4.2 gegenläufige Geschlechtsspezifizierungen

Diese Angaben sollen zeigen, daß in der angestrebten Beziehung die Verteilung der Geschlechterrollen entgegen der allgemein üblichen verläuft.

*Beispiele: dominante Sie; devoten Ihn*

#### **5. Persönlichkeitsmerkmale**

Mit der Kategorie Persönlichkeitsmerkmale sollen möglichst alle Eigenschaften erfaßt werden, mit denen Frauen und Männer sich selbst oder Partner/die Partnerin als Persönlichkeit beschreiben, soweit diese Merkmale nicht rein sachlich-persönliche Angaben sind, da dies zu Kategorie 1 gehört.

##### 5.1 Intelligenz und besondere Begabung

Diese Kategorie soll Persönlichkeitsmerkmale erfassen, die Intelligenz und besondere Begabung beinhalten. Es geht hier um Begriffe, die eindeutig auf Intelligenz und intellektuelle Interessen schließen lassen, oder auf besondere Talente, wie z.B. eine künstlerische Begabung. Nicht zu dieser Kategorie gehört jedoch der Bereich explizit angesprochener Bildung oder einer akademischen Laufbahn, die indirekt auf Intelligenz schließen lassen. Außerdem ist auf die Abgrenzung zu Kunst und Kultur als Freizeitgestaltung hinzuweisen: Mit der hier beschriebenen Kategorie sollen nur ganz besondere Begabungen kodiert werden, ein allgemeiner Begriff wie 'musisch' reicht hier nicht aus. Ebenso gehören Merkmale, bei denen Intelligenz zwar Voraussetzung ist, viel mehr aber die lebenspraktische Umsetzung im Vordergrund steht, nicht in diese Kategorie, sondern sind unter 5.2 zu kodieren.

*Beispiele: intelligent; mit Köpfchen; geistreich; gebildet; clever; klug; intellektuell; hast Esprit; belesen*

##### 5.2 Selbstbehauptung und Realitätssinn

Mit dieser Kategorie werden Persönlichkeitsmerkmale erfaßt, die mit der Fähigkeit zu tun haben, eigene Ansprüche und gegebene Umweltbedingungen adäquat wahrzunehmen und zum eigenen Vorteil aufeinander abzustimmen. Bei der Person handelt es sich um eine gefestigte Persönlichkeit, mit Selbstbewußtsein und einem Realitätssinn in Form von lebenspraktischer Intelligenz. Die aufzuführenden Merkmale sind positiv intendiert, so daß Persönlichkeitsaspekte mit allzu großem Selbstbehauptungsdrang, wie etwas Egoismus, nicht in diese Kategorie fallen, sondern zu den negativen Eigenschaften 5.9 gehören.

*Beispiele: die weiß was sie will; stark; anspruchsvoll; mit beiden Beinen im Leben stehen; zukunftsorientiert; eigenständig; nicht ganz alltäglich*

##### 5.3 Offenheit und Kreativität

Dieser Kategorie werden Persönlichkeitsmerkmale zugeordnet, die besonders mit geistiger Beweglichkeit zu tun haben. Die beschriebene Person ist offen gegenüber Neuem und kann sich auf die Vielfalt von gebotenen Möglichkeiten einlassen. Es werden hier auch Aspekte erfaßt, die eine gewisse Dynamik ausdrücken, die aber eher allgemeingültig ist und nicht auf spezielle Dinge wie Berufs- oder Beziehungsgestaltung hinweist.

*Beispiele: nicht langweilig; facettenreich; spontan; neugierig; weltoffen; unkonventionell; lebhaft; interessant; voller Power; staunend; begeisterungsfähig; gesprächig, frech, temperamentvoll*

#### 5.4 Introvertiertheit

Die Persönlichkeitsmerkmale, die dieser Kategorie zugeordnet werden, drücken eine Orientierung nach Innen aus, es besteht ein besonderes Interesse und die Fähigkeit zu differenzierter Reflexion über sich selbst und die Außenwelt. Die Begriffe beinhalten positive Aspekte einer nicht expressiven Art der Wahrnehmung und Kommunikation. Eindeutige psychische Probleme oder Störungen gehören nicht in diese Kategorie, da sie unter den negativen Eigenschaften 5.9 zu kodieren sind.

*Beispiele: nachdenklich; tiefgründig; ruhig; mit reichlich Innenleben; still; etwas schüchtern; in sich ruhend; zurückhaltend*

#### 5.5 Sinnlichkeit und Gefühle

Mit dieser Kategorie werden insbesondere gefühlsbetonende Persönlichkeitsmerkmale erfaßt, was auch ein Interesse an Sinnlichkeit und Erotik mitbeinhaltet. Es kann also die Eigenschaft sowohl Seelisches, als aber auch Körperliches darstellen. Die einzuordnenden Begriffe müssen sich aber eindeutig auf die Person beziehen und nicht etwa auf den Wunsch nach einer gefühlvollen Beziehung, da dies zu 6.2 gehört. Der hier einzuordnende Textteil kann auch so gestaltet sein, daß sich die Worte zu Sinnlichkeit und Gefühl auf die Person beziehen, die dann natürlich für eine angestrebte Beziehung mit ähnlichen Attributen gesucht/geboren wird.

*Beispiele: genußfähig; sinnlich; romantisch; zärtlich; sensibel; verschmust; Feingefühl; liebevoll, warmherzig; gefühlvoll; voll Wärme; Nähe zulassen*

#### 5.6 Optimistische Lebenseinstellung und Humor

In diese Kategorie gehören Merkmale, die auf eine Persönlichkeit mit positiver Einstellung zum Leben hinweisen. Ebenso sollen Begriffe, die mit Spaß, Witz und guter Laune zu tun haben, mit erfaßt werden. Es kann sich dabei aber um verschiedene Arten von Humor, die beschrieben werden, handeln, da es einer subjektiven Interpretation bedarf, ob diese als positiv oder negativ anzusehen sind, wie beispielsweise der berühmte schwarze Humor. Allerdings müssen diese Beschreibungen eindeutig als Charaktereigenschaft definiert sein und sich nicht auf eine Beziehung oder Freizeitgestaltung voller Spaß und Freude beziehen, was in dem Fall mit 6.4 zu kodieren ist.

*Beispiele: humorvoll; witzig; optimistisch; voll Lebensfreude; gut drauf; lebensfroh*

#### 5.7 Beziehungsbereitschaft und -fähigkeit

Diese Kategorie erfaßt Persönlichkeitsmerkmale, die explizit die Fähigkeit oder Bereitschaft enthalten, selbst etwas einzubringen, zu leisten oder zu ertragen im Zusammensein mit dem Partner. Es muß sich eindeutig um Qualitäten der Person und nicht der Beziehung handeln, allerdings sind diese Merkmale so definiert, daß sie erst in der Interaktion mit einem Partner hervortreten. Prinzipiell sind diese Eigenschaften positiv intendiert, was aber einen Bezug zum Verhalten bei Meinungsverschiedenheiten nicht ausschließt.

*Beispiele: diplomatisch; konfliktfähig; Unkompliziertheit; tolerant; treu; zuverlässig; ehrlich; fair; beziehungsfähig; verantwortungsbewußt*

#### 5.8 Ausstrahlung

Ausstrahlung bezieht sich auf die Wirkung der Person als Ganzes auf andere, auf die Art sich zu geben. Im Gegensatz zum Aussehen, welches mit Kategorie 3 erfaßt wird, handelt es sich nicht um das äußere Erscheinungsbild, das an direkt ersichtlichen Dingen, wie Figur, Größe oder Haarfarbe, festgemacht ist, sondern mehr um den Gesamteindruck, den eine Person aufgrund ihrer Persönlichkeit vermittelt. Es sollte sich allerdings nicht um spezifische Persönlichkeitsanteile, wie Intelligenz, Emotionalität oder Beziehungsfähigkeit handeln. Die Merkmale können ganz allgemein formuliert sein, beziehen sich aber z.B. auch auf die Wirkung bei gesellschaftlichen Ereignissen oder generell in der Öffentlichkeit.

*Beispiele: mit Charakter; charmant; sympathisch; smart; natürlich; nett; stilvoll; niveauvoll; kultiviert; vielschichtig; lässig; cool; wundervoll; traumhaft; anziehend*

### 5.9 negative Eigenschaften

Mit dieser Kategorie werden Persönlichkeitsmerkmale erfaßt, die für den Betreffenden selbst oder für die Personen in seiner Umgebung eindeutig negativ bewertet, nachteilig oder unangenehm sind, auch wenn diese Angaben ironisch gemeint sein könnten, oder wenn der Betreffende dadurch "menschlich" aufgrund menschlicher Unvollkommenheit erscheint. Allgemein werden diese Eigenschaften aber als weniger günstig für die Partnerwahl angesehen.

*Beispiele: zickig; anstrengend; nervig; faul; trinkfest; skurril; spleenig; unvollkommen; chaotisch; zynisch; angeknackste Seele; egoistisch; einsam; traurig; anspruchslos*

### 5.10 Sonstiges

Unter Sonstiges sind Merkmale der Persönlichkeit zu kodieren, die von den anderen Unterkategorien nicht erfaßt werden oder Angaben, die zwar schon ein Persönlichkeitsbild widerspiegeln, bei denen aber eine Interpretation notwendig wäre, um sie einer anderen Kategorie zuzuordnen. Nicht dazu gehören Identifikationsbezeichnungen über Sternzeichen oder Phantasienamen, sie sind unter 11. Leerformeln zu kodieren.

## **6. Beziehungsgestaltung**

Mit dieser Kategorie werden grundsätzlich all jene Aussagen erfaßt, die sich auf die angestrebte Partnerschaft beziehen, diese spezifizieren und näher beschreiben.

### 6.1 Sex und Erotik

Mit dieser Kategorie werden alle jene Angaben über die angestrebte Beziehung erfaßt, die den Wunsch nach körperlichem Kontakt und/oder Verwirklichung erotischer Vorstellungen in den Vordergrund stellen. Die Worte Sex oder Erotik müssen nicht explizit genannt sein, wenn die Formulierungen ein deutliches Interesse an diesem Bereich innerhalb der Beziehung ausdrücken. Es muß sich aber um Wünsche handeln, die eindeutig auf die Gestaltung einer Beziehung anspielen und nicht Ausdruck der Persönlichkeit oder Beschreibung des Äußeren sind, was entsprechend in den Kategorien 2 bzw. 5 zu kodieren ist.

*Beispiele: für wilde Nächte; in 9 ½ Wochen die Legenden der Leidenschaft erleben; fesselnde Erotik; erotische Dauerfreundschaft; Fee, die ihn betört*

### 6.2 Emotionaler Austausch und Partnerschaft

Vorstellungen über die Beziehungsgestaltung, die in diese Kategorie gehören, weisen in erster Linie darauf hin, daß ein wirklicher Wunsch nach einer intensiven, gefühlvollen Partnerschaft besteht. Wichtig ist hierbei für die Gestaltung der Beziehung, daß Zuverlässigkeit und Gleichberechtigung der Partner besteht und Wert auf Kommunikation und Gefühle innerhalb der Zweisamkeit gelegt wird. Die Worte müssen aber so gewählt sein, daß sie sich nicht auf eine Person, die in der Lage ist eine derartige Beziehung zu führen, beziehen, sie sollten also kein Persönlichkeitsmerkmal ausdrücken, da dies zu der Kategorie 5 gehört.

*Beispiele: in Frieden und Harmonie zusammenleben; verwöhnen und sich verwöhnen lassen; zum Reden, Lachen, Träumen; sich fallen lassen können; feste Beziehung; für gute und schlechte Zeiten; Geben und Nehmen; Gleichberechtigt; nicht nur für eine Nacht, sondern superlang*

### 6.3 Kinder

Kinder bezieht sich hierbei nur auf Aussagen, die zeigen, daß der Person Kinder für die Gestaltung des gemeinsamen Lebens sehr wichtig sind. Auch wenn vorhandene Kinder die Art der Beziehung sicher wesentlich mitbestimmen, sollen hier aber nur Angaben kodiert werden die auf den Wunsch nach Kindern als Teil der zu gestaltenden Beziehung hinweisen.

*Beispiele: Leben mit Haus, Garten und Kids*

### 6.4 Freundschaft und gemeinsame Freizeitgestaltung

Mit dieser Kategorie werden Aussagen erfaßt, die aufzeigen, daß die angestrebte Beziehung vor allem eine Freundschaft ist oder das Ziel der Beziehung erst einmal darin besteht, bestimmte gemeinsame Interessen und Freizeitbetätigungen miteinander zu erleben. Dies muß aber so ausgedrückt sein, daß die Verwirklichung gemeinsamer Interessen miteinander und nicht der Wunsch nach einem Partner, der vielleicht die gleichen Hobbys und Vorlieben hat, im Vordergrund steht. Allgemein ist die Intention der hier zu kodierenden Vorstellungen über die Beziehungsgestaltung, daß etwas unverbindlicher begonnen wird, auch wenn vielleicht später mehr daraus werden könnte, aber der Wunsch nach einer intensiven, festen Partnerschaft erst einmal nicht anliegt.

*Beispiele: gute Freundschaft mit Möglichkeiten; für tollen Sommer mit Verlängerung; ein netter Abend wird es bestimmt; für Sport; Kultur und ein gutes Glas Rotwein; zum Tanzen, Klönen, Radfahren; für Wissensschlachten; ausbaufähige Freundschaft*

### 6.5 Sonstiges

In dieser Restkategorie werden Angaben erfaßt, die klar eine bestimmte Form von Beziehungsgestaltung vermitteln, aber den anderen Kategorien nicht zuzuordnen sind. Leerformeln, die zwar auf Vorstellungen über die Gestaltung der Beziehung hinweisen, aber von ihrer Aussage her nicht zu interpretieren sind, gehören zu Kategorie 11, auch wenn vielleicht durch witzige Zitate o.ä. eine Intention über die Beziehung vermittelt werden soll, so wären diese Angaben doch nur spekulativ den Kategorien 6.1 - 6.5 einzugliedern.

*Beispiele: deutsche Frau zum Heiraten von Kroaten gesucht, dem die Abschiebung droht*

## **7. Interessen und Freizeitgestaltung**

Mit der Kategorie Interessen und Freizeitgestaltung sollen die konkret genannten Hobbys erfaßt werden. Aus den Formulierungen muß hervorgehen, daß sich die Person mit diesen Dingen besonders in der Freizeit beschäftigt, es gehören z.B. Interesse an Sport, Natur, Kultur, Reisen, Ausgehen oder auch Kochen und Essen in diesen Bereich. Die Angaben können unterschiedlich detailliert ausfallen, aber sie dürfen sich eindeutig nicht auf die Partnerschaft in Form von gemeinsamer Interessenverwirklichung beziehen, dies ist unter 6.4 zu kodieren, sondern nur auf etwas, das die Person offenbar gerne macht, und das eben auch, wenn sie sich nicht in einer Partnerschaft befindet. Die Textteile können jedoch so gestaltet sein, daß vorab der Hinweis auf den Wunsch einer Beziehung mit viel Unternehmungen o.ä. gegeben wird, zugehörig Kategorie 6.4, und im Anschluß eine genauere Darstellung der Interessen erfolgt.

*Beispiele: Fitneß; Segeln; sportlich; Wald und Wiese; ReggaeFan; Bücher; Wochenendtrips; liebe Irland; romantisches Essen; Kneipen und Partys; Philosophie; großstadtfanatich*

## **8. Passung**

Mit dieser Kategorie soll erfaßt werden, welche Konstellation von Merkmalen für die Partnerwahl erwünscht ist.

### 8.1 Gleichheit, Ähnlichkeit

Sicher kann man davon ausgehen, daß die Angabe von eigenen Persönlichkeitsmerkmalen, Hobbys und auch Phantasien in Kontaktanzeigen den Zweck hat einen Partner zu finden, der dies etwas mehr als nur akzeptiert. Mit dieser Kategorie soll aber erfaßt werden, ob bei den Anzeigen nochmals explizit der Wunsch geäußert wird, daß für die Beziehung ein Partner gesucht wird, der die eigenen Interessen, Vorstellungen und Merkmale teilt. Die Aussagen sollten so gestaltet sein, daß darauf hingewiesen wird, daß für die Partnerwahl Gleichheit oder Ähnlichkeit in Charakter oder Vorlieben sehr wichtig ist und vielleicht ein Partner mit anderen Vorstellungen für eine angestrebte Beziehung nicht in Frage kommt.

*Beispiele: Du auch? Dann melde Dich; wenn Du genauso fühlst; gleiche Wellenlänge; sucht Gleichgesinnte*

### 8.2 Gegenteil, Unterschiedlichkeit

In diese Kategorie gehören Angaben darüber, daß ein Partner gesucht wird, der in Charakter und Interessen das Gegenteil der eigenen Persönlichkeit ist. Die Aussagen drücken z.B. den Wunsch nach gegenteiligen Eigenschaften im Sinne einer gegenseitigen Ergänzung durch das Gegenstück aus.

*Beispiel: Minifahrerin hat sich auf dem Weg ins Glück verfahren, sucht Typ mit Orientierungssinn*

## **9. Nicht-Vorhandenes und Nicht-Erwünschtes**

Zu dieser Kategorie sollen Textteile gehören, in denen Nicht-Vorhandenes oder Unerwünschtes beschrieben wird, ohne daß dadurch Vorhandenes oder Erwünschtes deutlich erkennbar wird. In Abgrenzung hierzu lassen z.B. Eigenschaften wie "nicht langweilig" oder "ganz und gar nicht zickig" die tatsächlich gemeinte Eigenschaft relativ deutlich erkennen. Bei den zuzuordnenden Begriffen kann es sich aber um Anspielungen zur Persönlichkeit, zum Aussehen, über Interessen oder auch zum sozialen Status handeln, da hier die Gemeinsamkeit darin besteht, daß nur Sicherheit darüber besteht, was nicht vorhanden oder erwünscht ist.

*Beispiele: keine Lust mehr jedes Wochenende in Diskotheken abzuhängen; Esoteriker zwecklos; keine Goldkettenträger; Handy bleibt zuhause*

## **10. Unvollkommenheit, Einschränkungen, Entschuldigungen**

Mit dieser Kategorie werden Textteile erfaßt, in denen die AutorInnen von Kontaktanzeigen ausdrücklich Merkmale von sich selbst oder dem gewünschten Partner nennen, die als nachteilig bewertet werden, mit denen sie nicht gerade werben können. Wenn es im Geltungsbereich der anderen Kategorien gesonderte Unterkategorien für negative Merkmale gibt, so sind die Angaben vorzugsweise diesen spezifischen Kategorien zu kodieren. Wenn allerdings die Art der Unvollkommenheit in einer anderen Kategorie nicht vollständig erfaßt werden kann, soll das Merkmal mit dieser Kategorie 10 kodiert werden. So betrifft z.B. die Angabe "conterganbehindert" zwar auch das Aussehen, beinhaltet aber noch andere Nachteile und weitreichendere Konsequenzen für eine Partnerschaft.

*Beispiel: habe kurze Arme; derzeit in Haft*

## **11. Leerformeln**

In diese Kategorie sollen Aussagen kodiert werden, in denen die InserentInnen über sich oder ihr Anliegen schreiben, ohne daß sie etwas zum Wissen über ihre gesuchten/gebotenen Persönlichkeitseigenschaften; Interessen, Aussehen etc. im Sinne der explizierten Kategorien beitragen. Die einzuordnenden Worte oder Sätze sind zwar sinnvoll und geben mit Sicherheit oft ein Bild des Schreibers/der Schreiberin wider, sind aber bezüglich ihrer Intention nicht zweifelsfrei zu interpretieren.

*Beispiele: Ich bin es gewohnt von Männern angesprochen zu werden, das reicht mir auch bislang; Jedem Anfang wohnt ein Zauber inne; Laßt Eurer Phantasie freien Lauf; hegt in seinem Herzen einen großen Traum; für den das Leben nicht nur ein Spiel ist, sondern eine Zeit, die Dinge zu verstehen und zu genießen; Herr Rossi sucht das Glück; junges Pils sucht frisches Alt; zum Tanz durchs Leben; für Spannung in meinem Leben*

## **12. Sonstiges**

In diese Restkategorie sind alle Angaben einzuordnen, die unter die anderen Kategorien nicht zu kodieren waren. Hierbei kann es sich um Aussagen über Dinge handeln, die bislang im Kategoriensystem keine Erwähnung gefunden haben oder auch um Aussagen, die völlig sinnfrei sind. Da diese Kategorie natürlich möglichst klein zu halten ist, sollten alle Angaben genau darauf geprüft werden, ob sie wirklich nicht zu einer anderen Kategorie gehören.

*Beispiele: Mork vom Ork fliegt fort;*

## 5. Durchführung der Untersuchung

Die Durchführung der Untersuchung umfaßte sowohl einen Probedurchlauf als auch die eigentliche Hauptuntersuchung

### 5.1 Probekodierung und Berechnung der KodiererInnenübereinstimmung

Die anschließende Probekodierung sollte einerseits der Überprüfung des Kategoriensystems dienen und aufzeigen, wo Abgrenzungsprobleme zwischen den einzelnen Kategorien auftreten könnten. Andererseits wollten wir mit der Probekodierung den Koeffizienten der KodiererInnenübereinstimmung feststellen.

Dazu wählten wir 25 Kontaktanzeigen, diesmal entnommen den Mai-Ausgaben zweier von uns ausgewählter Zeitschriften, von Frauen und Männern im Alter von 20 bis 35 Jahre aus; und zwar die ersten sieben Annoncen von Frauen aus der "Kölner Stadtrevue" und fünf weitere aus dem "Düsseldorfer Prinz". Von den Anzeigen der Männer gingen acht aus der Ausgabe des "Düsseldorfer Prinz" und fünf entsprechende Anzeigen aus der "Kölner Stadtrevue" in die Probekodierung ein (=12 Kontaktanzeigen von Frauen und 13 von Männern).

Vier MitgliederInnen der Praktikumsgruppe legten die Kodiereinheiten gemeinsam fest und kodierten dann jeder für sich die genannten Anzeigen.

Um die InterraterInnenübereinstimmung berechnen zu können, wurde für jede Anzeige ein Blatt erstellt, auf dem jede/r KodiererIn seine/ihre Kodierung für jede Analyseeinheit der entsprechenden Anzeige eintrug (Anlage A).

Anhand dieser Listen wurde ausgewertet, in welche Kategorie jede Analyseeinheit kodiert und wie oft gleiche bzw. verschiedene Kategorien gewählt wurden (Anlage B).

Bei der Durchsicht dieser Listen stellten wir fest, daß einige Analyseeinheiten von verschiedenen KodiererInnen in unterschiedliche Oberkategorien eingeordnet wurden und beschlossen daraufhin, die Berechnung der KodiererInnenübereinstimmung über *alle* Kategorien hinweg durchzuführen. Das Ergebnis von  $Kappa = 0,941$  kann als eine sehr gute KodiererInnenübereinstimmung bezeichnet werden (Anlage C).

## 5.2 Überarbeitung des Kategoriensystems

Bei der Auswertung der Probekodierung wurde deutlich, daß es einige mißverständliche oder nicht klar genug abgegrenzte Kategorien gab. Dies betraf zum einen die Kategorie 3.3 Neutrale Angaben zum Aussehen. So wurde z.B. 'langbeinig' einerseits unter 3.3 Neutrale Angaben zum Aussehen kodiert und andererseits unter 3.1 Positive Angaben zum Aussehen. In der Diskussion wurde noch einmal klargestellt, daß die explizite Erwähnung, daß lange Beine erwünscht sind, doch anzeige, daß der/die InserentIn dies als ein positives Merkmal des Aussehens bewertet. Problematisch erschienen auch die Merkmale 'zart' und 'groß', diese Angaben wurden anschließend unter 3.4 Sonstiges als Beispiel zugefügt.

Als ein weiteres Problem stellte sich das Merkmal 'katzentolerant' heraus. Es wurde sowohl unter der Kategorie 1.6 Sachlich-persönliche Angaben, Sonstiges als auch unter der Kategorie 5.10 Persönlichkeitsmerkmale, Sonstiges kodiert. Ersteres mit dem Argument, daß der/die InserentIn eine oder gar mehrere Katze(n) mit in die Beziehung bringe, und das sei das gleiche wie unter Kategorie 1.3 (Kinder). Das Argument für die Kodierung unter 5.10 war, daß 'tolerant' als Merkmal unter 5.7 Persönlichkeitsmerkmale, Beziehungsbereitschaft und -fähigkeit expliziert sei und demzufolge 'katzentolerant' unter 5.10 Sonstiges zu kodieren wäre.

Schwierigkeiten der Abgrenzung bereiteten auch die in der ersten Version des Kategoriensystems vorhandenen Kategorien 5.10 Persönlichkeitsmerkmale, Leerformeln und Sonstiges; 6.5 Beziehungsgestaltung, Leerformeln und Sonstiges sowie die Kategorie 11. Leerformeln. Es bestanden hier einige Unsicherheiten, welche Einheiten welcher der 'Leerformelkategorien' zugehörig ist. Die Diskussion ergab, daß in die Unterkategorien 5.9 und 6.5 nur noch Sonstiges unter der jeweiligen Oberkategorie kodiert werden sollte und Leerformeln generell unter Kategorie 11. Leerformeln zusammenzufassen sind.

Als ein Beispiel dafür, daß es neben vielen problemlos zu kodierenden Textteilen immer auch Analyseeinheiten gibt, die in das bestehende Kategoriensystem nicht eindeutig einzuordnen sind, soll hier noch die Diskussion über die Formulierung 'für eine lebenslange Affäre' angeführt werden. Für einen Teil der KodiererInnen war hier 'lebenslang' das Stichwort, es signalisiere den Wunsch nach einer dauerhaften Partnerschaft, und so wurde diese Einheit unter 6.2 Emotionaler

Austausch und Partnerschaft kodiert, für andere war 'Affäre', als Hinweis auf einen mehr unverbindlichen Charakter der angestrebten Beziehung, das Schlüsselwort und wurde unter 6.1 Sex und Erotik kodiert. Auch der 'schwarze Humor' hat ähnliche Verwirrung gestiftet. Einerseits wurde er unter 5.9 Persönlichkeitsmerkmale, negative Eigenschaften einsortiert, andererseits unter 5.6 Persönlichkeitsmerkmale, optimistische Lebenseinstellung und Humor. Die Diskussion hat zu keiner einheitlichen Meinung geführt. Mehrheitlich wurde dann entschieden, verschiedene Arten von Humor unter 5.6 (s.o.) zu kodieren, da es einer Interpretation bedarf, ob diese als positiv oder negativ zu bewerten sind. Die entsprechende Kategorie wurde dahingehend auch noch genauer expliziert.

Ebenso ergab die Probekodierung, daß die Kategorie 2.3 Berufliche Orientierung noch genauer expliziert werden muß. Wir einigten uns darauf, Angaben, die keine genauen Berufsbezeichnungen enthalten, sondern z.B. 'in der und der Branche tätig...' hier zu kodieren sind. Die Kategorie wurde um diesen Passus erweitert.

Es wurde noch einmal festgehalten, daß die Kategorie 1.1 Alter nur als Wunsch kodiert wird, da das Alter der InserentInnen ja durch die Festlegung, daß nur Annoncen von Frauen und Männern im Alter von 20 bis 35 Jahren berücksichtigt werden, für die Auswertung nicht weiter von Belang war. Die Angaben, daß Kinder mit in die Beziehung eingebracht werden, sollte nur als Angebot kodiert werden. Expliziter Kinderwunsch oder die Angabe, daß der/die PartnerIn auch Kinder mit einbringen kann, sollte Kategorie 6.4 zugeordnet werden. Die Kategorie 6 Beziehungsgestaltung sollte insgesamt nur als Wunsch kodiert werden, ebenso die Kategorie 8. Passung - da hier auf den/die PartnerIn fokussiert wird. Wir waren uns darüber einig, Anzeigen mit mehr als 22 Kodiereinheiten für die Auswertung nicht zu berücksichtigen.

Des weiteren hatte die Probekodierung bereits einen Hinweis darauf geliefert, daß u.U. einige Kategorien nicht besetzt werden können. Dies war u.a. auch darauf zurückzuführen, daß bei dem für die Erstellung des Kategoriensystems verwendeten Materials z.B. verhältnismäßig oft Anzeigen von Inhaftierten oder auch Behinderten zu finden waren, die in den für die Probekodierung und auch für die Hauptuntersuchung verwendeten Anzeigen nicht mehr vorkamen.

### 5.3 Hauptuntersuchung

Insgesamt 60 Anzeigen wurden in der Hauptuntersuchung ausgewertet; 30 Kontaktanzeigen von Frauen und 30 von Männern im entsprechenden Alter. Um eine Zufallsauswahl zu sichern, wurden alle in Frage kommenden Anzeigen des "Kölner" vom Mai und den Juni-Ausgaben des "Düsseldorfer Prinz" und der "Kölner Stadtrevue" ausgeschnitten, pro Geschlecht und Zeitschrift durchnummeriert und anschließend je 10 Inserate gezogen (Anlage D).

Die ausgewählten Anzeigen bestanden insgesamt aus 585 Kodiereinheiten. Jede Anzeige wurde von drei KodiererInnen ausgewertet; insgesamt wurden 461 Einheiten von allen drei KodiererInnen gleich kodiert, das sind 78,8 Prozent der Kodierungen. In 21,2 Prozent (124 Kodiereinheiten) der Fälle, in denen keine Einstimmigkeit erreicht werden konnte, wurde zumindest von zwei KodiererInnen gleich zugeordnet (Anlage E). Im Durchschnitt bestand eine Anzeige aus 9,75 Kodiereinheiten. Die Schwankungen waren allerdings beträchtlich, sie reichten von 3 Kodiereinheiten bis 21. Die weiblichen Inserentinnen waren mit einem durchschnittlichen Alter von 29,3 Jahren geringfügig älter als die männlichen Inserenten, deren Alter im Durchschnitt 28,6 Jahre betrug.

Als Ergänzung sind vielleicht einige soziodemographische Angaben, die wir von der "Kölner Stadtrevue" erhalten haben, ganz interessant. Das Gros der Leserschaft, nämlich 54,4 Prozent ist zwischen 20 und 39 Jahre alt; der überwiegende Teil hat Abitur bzw. studiert oder hat eine höhere Schulbildung ohne Abitur - insgesamt 97,8 Prozent. 62,9 Prozent sind berufstätig, 19,4 Prozent Schüler bzw. Studenten; selbständige Geschäftsleute und in freien Berufen Tätige sowie leitende Angestellte und Beamte des höheren oder gehobenen Dienstes machen zusammen 50 Prozent der Leserschaft aus. 44,4 Prozent der Haushalte verfügen über ein monatliches Netto-Einkommen von DM 7.000,- und mehr. Nur 0,5 Prozent erzielen ein Netto-Einkommen von DM 2.500,- 2.999,- pro Monat. 40,8 Prozent der Leser sind ledig; 52,8 Prozent verheiratet. Die Geschiedenen machen einen verschwindend kleinen Teil der Leserschaft aus - nur 4,1 Prozent. Die Mehrheit der Leser - nämlich 60 Prozent - ist männlichen Geschlechts. (Anlage F)

## **6. Auswertung und Diskussion**

### **6.1 Darstellung der Kategorienbesetzung**

Die Ergebnisse aus den Zusammensetzungen der Einzelkodierungen wurden nun den einzelnen Kategorien und Unterkategorien zugeordnet, und zwar jeweils getrennt nach den Variablen

Geschlecht der InserentInnen einerseits und Angebot oder Wunsch andererseits. Dabei ergaben sich folgende Häufigkeiten:

Tabelle 1: Kategorienbesetzung (Anlage G)

Kategorie	Frauen		Männer		Zeilen- summen
	Angebot	Wunsch	Angebot	Wunsch	
1.1	0	8	0	7	15
1.2	27	3	35	2	67
1.3	1	0	0	0	1
1.4	0	0	3	2	5
1.5	1	2	6	0	9
Summe 1	29	13	44	11	97
2.1	1	0	2	0	3
2.2	5	1	8	0	14
2.3	2	2	0	0	4
2.4	0	0	0	0	0
2.5	0	0	0	0	0
2.6	0	0	0	0	0
Summe 2	8	3	10	0	21
3.1	15	5	9	10	39
3.2	0	0	0	0	0
3.3	8	2	5	2	17
3.4	1	0	0	0	1
Summe 3	24	7	14	12	57
4.1	1	2	0	0	3
4.2	0	0	0	0	0
Summe 4	1	2	0	0	3
5.1	2	6	0	4	12
5.2	6	5	2	3	16
5.3	4	5	5	2	16
5.4	0	1	1	0	2
5.5	4	11	10	5	30
5.6	9	10	4	6	29
5.7	0	11	4	3	18
5.8	4	6	5	12	27
5.9	8	0	4	0	12
5.10	2	3	1	2	8
Summe 5	39	58	36	37	170
6.1	0	2	0	9	11

6.2	0	9	0	6	15
6.3	0	1	0	0	1
6.4	0	2	0	12	14
6.5	0	0	0	3	3
Summe 6	0	14	0	30	44
7	30	12	38	22	102
Summe 7	30	12	38	22	102
8.1	0	6	0	3	9
8.2	0	0	0	0	0
Summe 8	0	6	0	3	9
9	7	2	0	0	9
Summe 9	7	2	0	0	9
10	0	0	0	0	0
Summe 10	0	0	0	0	0
11	25	14	17	14	70
Summe 11	25	14	17	14	70
12	2	0	1	0	3
Summe 12	2	0	1	0	3
Spalten- summen	165	131	160	129	585

## 6.2 Statistische Überprüfung der Hypothesen

Die statistische Überprüfung der Hypothesen erfolgte durch  $\chi^2$ -Tests. Berechnet wurde  $\chi^2$  bei den zwei Merkmalen, die jeweils zweifach gestuft sind (im Sinne einer Vier-Felder-Tafel) nach der üblichen Formel (vergl. auch Bortz 1982, 203f).

Grundsätzlich gilt, daß  $\chi^2$  Tests immer angewandt werden dürfen, sofern alle erwarteten Häufigkeiten mindestens den Wert 1 annehmen und höchstens 20 Prozent der erwarteten Häufigkeiten einen Wert von weniger als 5 haben (Huber o.J., 12).

Chi-Quadrat-Tests können auf nominalem Skalenniveau angewandt werden. Allerdings sind  $\chi^2$  Tests nur zulässig, wenn die Stichproben unabhängig voneinander sind. Dieser Fall wäre in unserer Untersuchung nur dann gegeben, wenn wir Männer und Frauen hinsichtlich einer (Unter-) Kategorie entweder nur nach Angebot *oder* nach Wunsch untersucht hätten, nicht aber, wenn wir Wünsche *und* Angebote von Männern und Frauen verglichen. Eigentlich war dies bei unseren hypothesenrelevanten Häufigkeitsaufstellungen der Kategorien 2. Status und 3.

Aussehen der Fall, aber im Hinblick auf den zeitlichen Rahmen des Empiriepraktikums und die dennoch zu erwartende Lernerfahrung wurde trotzdem in allen Fällen mit  $\chi^2$  Tests gearbeitet, sofern die Stichprobengröße dies zuließ.

Bezogen auf die von uns aufgestellten statistischen Hypothesen ergaben die  $\chi^2$  Berechnungen der Kategorien 3. Aussehen ( $\chi^2$ : 3,536; df=1) und 2. Status ( $\chi^2$ : 3,182; df=1), daß beide Werte unterhalb der zugehörigen kritischen Grenze von 3,8 (bei einem  $\alpha$ -Niveau von 5%) liegen und in beiden Fällen die  $H_0$  beizubehalten ist. Die statistische Auswertung konnte also keinen signifikanten Zusammenhang zwischen Geschlecht und Erwähnungsform (Wunsch oder Angebot) bezüglich Aussehen oder Status herausarbeiten (Anlage H).

Da für unsere Untersuchung bestimmte Unterkategorien auch über die Grenzen von Oberkategorien hinweg von Interesse waren, wurden in zwei Fällen auch  $\chi^2$  Tests für solche zusammengefaßten Kategorien durchgeführt. Dies ist zulässig, da  $\chi^2$  additiv sind. Zusammengefaßt wurde die Kategorie 1.2 mit 3.1 und 3.3, die Aussagen zum Stichwort 'Aussehen' abbilden, was zu dem Ergebnis führte, daß sich ein eventueller signifikanter Zusammenhang zwischen den beiden Variablen Geschlecht und Erwähnungsform noch weiter verringerte. Ebenso wurden die Kategorien 5.5 und 5.7 mit 6.2 verbunden, weil darin Informationen zum 'Wunsch nach emotionalen Ausgleich' enthalten sind, deshalb wurden auch nur die unter Wunsch erfaßten Daten berücksichtigt. Diese Auswertung betrifft allerdings nur unsere explorative Fragestellung, kann aber mit einem  $\chi^2$  von 6,42 eine Anregung zu weiteren Untersuchungen sein, deren Hypothesen hierauf fokussieren.

### 6.3 Ergebnisse und Interpretation

Im Anschluß an die Überprüfung der statistischen Hypothesen wurden von uns noch ein paar Überlegungen zu den aus den Kategorien Status und Aussehen resultierenden Ergebnissen angestellt.

Insgesamt zeigt unsere Auswertung, daß die Kategorie 2. Status allgemein relativ gering besetzt ist. Die mit dieser Kategorie erfaßte wirtschaftliche Versorgung spielt offensichtlich für die AutorInnen der untersuchten Anzeigen eine vergleichsweise untergeordnete Rolle.

Innerhalb der Oberkategorie 2 wurde mit 2/3 der Nennungen am häufigsten noch Unterkategorie 2.2 Bildung genannt, ein Merkmal, das eher die jeweilige Person als deren wirtschaftliche Ressourcen beschreibt. Außerdem wurde Bildung von Männern *und* Frauen angeboten, damit zeichnet sich ein Verhältnis von Gleichheit statt Ausgleich zwischen den Geschlechtern ab.

Berufliche Orientierung (Kategorie 2.3) wurde ausschließlich von Frauen geboten und gewünscht, allerdings nur mit der geringfügigen Nennung von je 2 mal. Dieser Befund widerspricht dem klassischen Rollenstereotyp. Dazu paßt, am Rande bemerkt, auch das Resultat für Kategorie 5.2 Selbstbehauptung und Realitätssinn, die von Frauen mehr angesprochen wurde als von Männern.

Ebenso führte die weiterreichende Betrachtung der zweiten hypothesenrelevanten Kategorie Aussehen zu einigen möglichen Interpretationen. Bei Zusammenfassung der hoch besetzten Kategorie 1.2 Körpermaße mit den Kategorien 3.1 positives Äußeres und 3.3 neutrale Angaben zum Aussehen fällt der Unterschied in der Häufigkeit der Nennungen, 50 als Angebot und 10 als Wunsch bei Frauen gegenüber 49 Angebote und 14 Wünsche der Männer, noch geringer aus.

Unterkategorie 3.1 positives Äußeres für sich betrachtet zeigt, daß Frauen Attraktivität häufiger anbieten (15x) als wünschen (5x) - dies entspricht traditionellen Befunden -, daß aber Männer gutes Aussehen nicht nur häufig wünschen (10x), sondern fast genauso oft bieten (9x). Somit könnte dieser Befund dahingehend interpretiert werden, daß Attraktivität wohl bei der Partnerschaft weiterhin eine zentrale Rolle spielt, aber eben nicht mehr als Tauschobjekt der Frauen gegen wirtschaftliche Versorgung.

Auch hinsichtlich unserer explorativen Fragestellung nach den Wünschen der Frauen an die Männer und deren Angebote, lassen sich einige Bemerkungen anschließen. Unsere Vermutungen zu Beginn der Untersuchung waren, daß Frauen an die Stelle der gewünschten wirtschaftlichen Versorgung heutzutage eher einen emotionalen Austausch setzen, der 'reiche' Partner wird durch einen 'gefühlvollen' ersetzt.

Gemäß unserer Überlegung zeigt sich so auch speziell bei der Unterkategorie 5.5 Sinnlichkeit und Gefühle als Persönlichkeitsmerkmal eine signifikante Verteilung; Frauen wünschen häufiger (mit 11 zu 4 Nennungen) diese Eigenschaft, Männer bieten sie umgekehrt proportional oft an. Diese Kategorie ist die einzige, in der Frauen und Männer in ihren Angeboten und Wünschen einander entsprechen im Sinne eines Versorgungsausgleichs.

Noch klarer zeigt sich diese Tendenz, wenn man die Kategorien 5.5 Sinnlichkeit und Gefühle, 5.7 Beziehungsbereitschaft und -fähigkeit und 6.2 Beziehungsgestaltung in Form emotionalen Austausches und Partnerschaft als Wunsch der Frauen zusammenfaßt.

Diese Befunde stützen unsere Vermutung, daß Frauen nicht so sehr an wirtschaftlicher Versorgung interessiert sind, sondern eben mehr an gefühlvollen Männern für emotionalen Austausch und Ausgleich in der gesuchten Partnerschaft.

Auffällig für die insgesamt am höchsten besetzte Kategorie 5. Persönlichkeitsmerkmale ist, daß Frauen und Männer sich selbst und den/die WunschpartnerIn hauptsächlich über diese Eigenschaften beschreiben. Insbesondere Frauen definieren den gesuchten Partner über seine Persönlichkeit (Nennungen bei Wunsch: Frauen-58x, Männer-37x).

Betrachtet man nun die Vorstellungen der Männer über die gewünschte Beziehung, so liegen hier die Kategorien 6.1 Sex und Erotik (mit 9 Nennungen) und 6.4 Freundschaft und gemeinsame Freizeitgestaltung (mit 12 Nennungen von 30) vorne. Allgemein definieren Männer öfter ihre Vorstellung über die Beziehungsgestaltung (30x) als Frauen (14x), aber insgesamt sind für sie Persönlichkeitsmerkmale ebenfalls von großer Bedeutung, hier angeführt von Kategorie 5.8 Ausstrahlung mit 12 Nennungen.

Die vorliegenden Daten legen Tendenzen dahingehend nahe, daß das Geschlechterverhältnis nicht mehr vom gegenseitigen Defizitenausgleich, und damit von gegenseitigen Abhängigkeiten bestimmt ist. Statt dessen gibt es eine Reihe von Kategorien, in denen Männer und Frauen eher gleichartige Wünsche oder Angebote nennen bzw. nicht nennen. Auffällig ist nur, daß Frauen sich zwar beziehungs-bereite und -fähige Männer wünschen (11 Nennungen), im Gegenzug diese Eigenschaft aber nicht ein einziges mal anbieten. Ebenso scheinen auch positive Lebenseinstellung und Humor (Kategorie 5.6) für Frauen wichtiger zu sein als für Männer (19 zu 10 Nennungen).

Aber prinzipiell lautet das Motto wohl nicht mehr "Wir passen zusammen, weil ich bieten kann, was Du brauchst", sondern eher "Wir passen zusammen, wenn Du auch so bist wie ich", ausgenommen vielleicht, wie bereits erwähnt, die Kategorie 6. Beziehungsgestaltung. Einigkeit besteht hier nur darin, daß zumindest für die von uns untersuchte Altersgruppe der 20 - 35 jährigen der Wunsch nach Kindern und Familie keine große Rolle spielt.

Bringt man die Oberkategorien entsprechend ihrer Besetzungen in eine Rangreihe, so ergibt sich, daß Persönlichkeitsmerkmale (170 Nennungen), Interessen und Freizeitgestaltung (102x) und Aussehen (Kategorie 3 und 1.2 zusammen 124x) am höchsten besetzt sind. Die Vorstellung von der Partnerschaft rangiert erst danach.

Status spielt mit 21 Nennungen eine vergleichsweise geringe Rolle. Auch dieser Befund deutet darauf hin, daß sich mit der beruflichen und wirtschaftlichen Unabhängigkeit der Frauen eine Trendwende im Geschlechterverhältnis vollzieht: Persönlichkeit, Attraktivität und Freizeitgestaltung sind für *beide* Geschlechter vorrangig geworden.

## 6.4 Kritik und weitere Überlegungen

Die in Abschnitt 6.3 dargestellten Ergebnisse bedürfen einiger kritischer Anmerkungen bzw. Ergänzungen hinsichtlich des Kategoriensystems und der Stichprobe.

Betrachtet man die Besetzung der Oberkategorien im Überblick, so fällt hier eine extreme Unausgewogenheit auf. Während einige Oberkategorien sehr häufig angesprochen waren, gab es für eine Reihe anderer Oberkategorien, nämlich Kategorie 4. Geschlechtsspezifizierung, 8. Passung, 9. Nicht-Vorhandenes und Nicht-Erwünschtes, 10. Unvollkommenheiten, Entschuldigungen, Einschränkungen und die Restkategorie 12, wenig Entsprechungen in den Anzeigentexten.

Da die Oberkategorien im wesentlichen deduktiv konzipiert wurden, bildet die vorliegende Besetzung dieser Kategorien eindrucksvoll ab, welche Dimensionen für die InserentInnen offenbar wichtig waren und welche eine unbedeutende Rolle spielen.

Problematisch erscheint in diesem Zusammenhang jedoch die relativ hoch besetzte Kategorie 11. Leerformeln, und zwar problematisch insofern, als mit der gewählten Kategorienexplikation keine inhaltlichen Aussagen möglich sind über einen erheblichen Anteil des gesamten kodierten Textmaterials. Die mit Kategorie 11 kodierten Textteile erfassen aber inhaltliche Aussagen, für die geeignete Kategorien entwickelt werden müßten.

Weitere Ansatzpunkte für Kritik betreffen die gewählte Stichprobe. Im Verhältnis zum umfangreichen Kategoriensystem wurde mit 60 Anzeigen und maximal 22 Kodiereinheiten pro Anzeige der Umfang der Stichprobe relativ klein gewählt, mit der bedauerlichen Konsequenz, daß ein Großteil der Unterkategorien, aber auch einige Oberkategorien, nicht ausreichend besetzt sind, um Signifikanzen überprüfen zu können. Deshalb ist auch Zurückhaltung geboten bei der Bewertung der Trends, die sich in den vorliegenden deskriptiven Ergebnissen abzeichnen.

Die Auswahl der Zeitschriften, aus denen die Anzeigen entnommen wurden, nämlich großstädtische Szenezeitschriften, sowie die Eingrenzung der Altersgruppe der AnzeigenautorInnen auf 20 bis 35 Jahre, bedeutet selbstverständlich, daß die Ergebnisse nicht übertragbar sind auf andere Personengruppen. Hinzu kommt, daß die Leserschaft der gewählten Zeitschriften eine ganz bestimmte soziale Gruppe repräsentiert, nämlich vorwiegend gebildete, beruflich aufstrebende, unabhängige junge Frauen und Männer, die die aktuellen Trends der Großstadt aufgreifen bzw. mit ausbilden.

Demzufolge können Aussagen über andere Bevölkerungsgruppen, repräsentiert durch andere Zeitungen und Zeitschriften, keinesfalls aus den vorliegenden Ergebnissen abgeleitet werden.

Umgekehrt ergeben sich aus diesen nur für eine bestimmte Gruppe gültigen Ergebnisse eine Reihe weiterführender Fragestellungen. Tendieren Wünsche und Angebote der Frauen und Männer eines breiteren Ausschnitts der Bevölkerung, z.B. Personen aus Großstadt *und* Kleinstadt, aus unterschiedlichen sozialen Schichten, aus unterschiedlichen Altersgruppen, ebenfalls in hier vorgefundener Richtung oder entsprechen sie dann doch eher traditionellen Geschlechterstereotypen?

Welche Befunde zeigen sich bei Kontaktanzeigen gleichgeschlechtlicher Partner?

Es stellt sich zusätzlich noch die Frage, ob Kontaktanzeigen, zumindest die Anzeigen in großstädtischen Szene-Zeitschriften, noch immer verlässlich Auskunft geben über zentrale Motive der PartnerInnenwahl. Die Ergebnisse der vorliegenden Untersuchung zeigen, daß langfristige Partnerverbindungen, die auch Festlegungen hinsichtlich Kindern, Familie, Lebensstandard und finanzieller Absicherung einschließen, entweder nicht gewollt sind oder gewollt aber nicht benannt werden.

Ist die Gründung einer Familie in dieser sozialen Gruppe nicht gewollt, so stellt sich unmittelbar die Frage nach den Ursachen und Beweggründen.

Ist Familiengründung gewollt oder zumindest aus den je persönlichen Zukunftsperspektiven nicht ausgeschlossen, so ergibt sich die Frage, warum diese Perspektive in den Kontaktanzeigen so selten angesprochen wird, und, einen Schritt weiter gedacht, aus welchen Motiven diese Kontaktanzeigen überhaupt aufgeben wurden. Worüber geben Kontaktanzeigen eigentlich Auskunft, zumindest in dieser sozialen Gruppe? Geht es um Partnersuche, geht es um Erweiterung des Freundeskreises oder geht es nur um ein neues Gesellschaftsspiel 'Kontaktanzeige'?

Würde man die Inhalte der Kontaktanzeigen mit den Motiven ihrer AutorInnen in Beziehung setzen, könnten sich daraus sicher aufschlußreiche Antworten zu diesem Fragenkomplex ergeben.

## 7. Literaturverzeichnis

- Alfermann, D. (1976). Geschlechterrollen und geschlechtstypisches Verhalten. Stuttgart.
- Bortz, J. (1982). Lehrbuch der Statistik für Sozialwissenschaftler (2. Auflage). Berlin.
- Buss, D.M. & Barnes, M. (1986). Preferences in human mate selection. *Journal of Personality and Social Psychology*, 50, 559-570.
- Huber (o.J.). Skript zu Statistik I und II. Köln.
- Hassebrauck, M. (1990). Wer sucht wen? Eine inhaltsanalytische Untersuchung von Heirats- und Bekanntschaftsanzeigen. *Zeitschrift für Sozialpsychologie*, 21, 2, 101-112.
- Kaupp, P. (1968). Das Heiratsinserat im sozialen Wandel. Stuttgart.
- Rustemeyer, R. (1992). Praktisch-methodische Schritte der Inhaltsanalyse. Münster.

## 8. Anhang

- Anlage A: KodiererInnenauswertungsbogen (Beispiexemplar)
- Anlage B: Auswertungsbogen zur  $\kappa$  Berechnung
- Anlage C:  $\kappa$  Berechnung
- Anlage D: Kontaktanzeigen für die Hauptuntersuchung
- Anlage E: Auswertungsbögen der Hauptuntersuchung
- Anlage F: soziodemographische Angaben der "Kölner Stadtrevue"
- Anlage G: Tabelle der Kategorienbesetzung
- Anlage H:  $\chi^2$  Berechnungen über alle Kategorien
- Anlage I: Graphische Darstellung einiger Häufigkeitsverteilungen

